

Course description – Master in Marketing –English & Arabic

4- Advanced consumer behavior

The course provides various marketing and psychological concepts regarding the influence consumer behavior has on purchasing and other marketing activities. The course, also, discusses social and cultural topics and concepts related to marketing decision making process. These topics and concepts, include, the importance of consumer behavior and research; internal influences such as motivation and involvement, personality, self-image, life-style, perception, learning, attitude formation and change, and communication; external influences such as culture, subculture, social class, reference groups and family, and the diffusion of innovations; and consumer decision making.

4- سلوك المستهلك المتقدم

يهدف مساق سلوك المستهلك المتقدم الى جعل الطلاب قادرين على تطوير فهم جيد لتأثير سلوك المستهلك على أنشطة التسويق و كيفية تطبيق المفاهيم الاجتماعية والثقافية على القرارات التسويقية. تشمل الموضوعات المقدمة للطلبة في هذا المساق مواضيع عديدة منها أهمية سلوك المستهلك والبحث ؛ التأثيرات الداخلية مثل الدوافع ، والشخصية ، والصورة الذاتية ، ونمط الحياة ، والإدراك ، والتعلم ، وتشكيل المواقف والتغيير ، والتواصل ؛ التأثيرات الخارجية مثل الثقافة ، والثقافة الفرعية ، والطبقة الاجتماعية ، والمجموعات المرجعية والأسرة.

5- Advanced international marketing

Advanced international marketing course involves issues related to identifying, and developing, relationships with international markets. The course analyzes marketing that occurs across national boundaries. The course aims to give students the needed understanding of how to investigate the context and nature of international marketing management decisions and discover the relevance of basic concepts and theories to decision making in global marketing and help them to analyze political and legal, economic, and social environment worldwide.

5- التسويق الدولي المتقدم

يتضمن مساق التسويق الدولي المتقدم دراسة المشكلات التي تنطوي عليها تحديد وتطوير العلاقات مع الأسواق الدولية وتحليل الاسواق الدولية . يهدف المساق إلى تزويد الطلاب بالفهم لاتخاذ قرارات إدارة التسويق الدولي المناسبة ومساعدتهم على تقديم التحليل المناسب للبيئة السياسية والقانونية والاقتصادية والاجتماعية البيئة في حول العالم.

1- Business research methods

Research design is a very central constituent of all strategic business decisions. The course provides students with basic methodological concepts. The main focus will be to present different methodological approaches in theoretical as well as empirical business research. The course covers fundamental stages of research data collection methods. More specifically, areas of study include the research process, problem solving, instrument development and data analysis. Overall, the course introduces a comprehensive introduction to the theme of business research methods. It will focus on the use of scientific research as a problem-solving tool.

1- منهجية البحث العلمي في الإدارة

يهدف مساق منهجية البحث في الاعمال على تزويد الطلبة باساسيات البحث العلمي و تزويدهم بالمفاهيم المنهجية الأساسية لعملية البحث العلمي . يساعد المساق الطلبة على فهم المناهج والمدارس البحثية المختلفة . يغطي المساق المراحل الأساسية لطرق تطوير الأدوات و جمع البيانات.

Advanced marketing ethics

The course aims to strengthen students' abilities regarding ethical and social challenges that face marketers and managers. It will focus on both academic and practical aspects in business ethics that might be useful for marketers and managers. Overall, marketers, managers as well as researchers have to be aware of their activities taking place within a particular social, political and cultural context. Potential ethical issues may arise at any stage of their business or research.

اخلاقيات التسويق المتقدمة

يهدف مساق اخلاقيات التسويق المتقدمة إلى تعزيز قدرات الطلاب فيما يتعلق بالتحديات الأخلاقية والاجتماعية التي تواجه المسوقين و المديرين. يركز مساق اخلاقيات التسويق المتقدمة على الجوانب الأكاديمية والعملية في أخلاقيات العمل التي قد تكون مفيدة للمديرين والمسوقين. بشكل عام ، يتعين على المسوقين و المديرين والباحثين أن يكونوا على دراية بأنشطتهم التي تحدث في سياق اجتماعي وسياسي وثقافي معين وما قد ينشأ عنها من قضايا أخلاقية محتملة.

3- Advanced service marketing

This course aims to provide students with needed knowledge regarding central concepts, theories, and methods of services marketing. The course help to assist students to apply their service marketing knowledge on modern service organizations. Advanced service marketing covers expected problems of marketing in service organizations and demonstrates the importance of systemization within service organizations.

3- تسويق الخدمات المتقدم

يهدف مساق تسويق الخدمات المتقدم إلى تزويد الطلاب بالمعرفة المطلوبة فيما يتعلق بالمفاهيم والنظريات وأساليب تسويق الخدمات. يساعد المساق الطلاب على تطبيق معارفهم المتعلقة بتسويق الخدمات على مؤسسات الخدمة الحديثة. وكما يغطي مساق تسويق الخدمات المتقدم المشكلات المتوقعة للتسويق في مؤسسات الخدمة ويوضح أهمية النمطية داخل المؤسسات التي تقدم الخدمة للزبائن.

Advanced tourism marketing

Advanced tourism marketing course presents the main characteristics of tourism marketing. It provides students with a comprehensive knowledge regarding all aspects of tourism marketing and helps them to understand the importance of marketing research within the tourism industry.

التسويق السياحي المتقدم

يهدف مساق التسويق السياحي المتقدم الخصائص الرئيسية للتسويق السياحي. ويزود مساق التسويق السياحي المتقدم الطلاب بمعرفة شاملة فيما يتعلق بجميع جوانب التسويق السياحي ويساعدهم على فهم أهمية البحوث التسويقية في صناعة السياحة.

11 - Special topics in marketing

In special topics in marketing course students are expected to examine and discuss a number of current marketing topics, including, marketing and environment, marketing and energy, sports marketing, marketing and advertising and ethics, kids and advertising.

11- موضوعات خاصة في التسويق

خلال مساق موضوعات خاصة في التسويق يقوم الطلاب بدراسة ومناقشة عدد من موضوعات التسويق الحديثة، بما في ذلك التسويق والبيئة والتسويق والطاقة ، التسويق الرياضي ، التسويق والإعلان والأخلاق ، الأطفال والإعلان.

2- Advanced marketing management

The subject examines the modern view of marketing and concentrates on the areas such as identification of marketing opportunities; market segmentation, targeting and positioning; product life cycle analysis; new product development; services marketing and marketing mix decisions.

2- ادارة التسويق المتقدمة

يقدم مساق ادارة التسويق المتقدمة وجهة النظر الحديثة للتسويق ويركز على مجالات مثل تحديد فرص التسويق ؛ تجزئة السوق والاستهداف والتموضع ؛ تحليل دورة حياة المنتج ؛ تطوير منتج جديد؛ خدمات التسويق والقرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي.

12- Advanced financial management

Advanced financial management course provides students with needed tools to understand comprehensive financial management in corporations with emphasis on decision making process. The course discusses long and short-term financing, mergers, acquisition, and business failures.

12- الادارة المالية المتقدمة

يزود مساق الادارة المالية المتقدمة الطلاب بالأدوات اللازمة لفهم الإدارة المالية الشاملة في الشركات مع التركيز على عملية صنع القرار. يناقش المساق التمويل طويل وقصير الأجل وعمليات الدمج والاستحواذ وفشل الأعمال.

9- Advanced direct marketing

Advanced direct marketing examines the main concepts of direct marketing and help to develop students' skills regarding direct and database marketing. The course discusses how direct market concepts fits in the modern concepts and the philosophy of marketing.

9- التسويق المباشر المتقدم

يبحث مساق التسويق المباشر المتقدم المفاهيم الرئيسية للتسويق المباشر ويساعد على تطوير مهارات الطلاب فيما يتعلق بالتسويق المباشر وقواعد البيانات. يناقش المساق كيفية اتفاق مفاهيم التسويق المباشر مع المفاهيم الحديثة وفلسفة التسويق الحديث.

7-Advanced integrated marketing communications

The course is mainly related to advertising from an integrated marketing communications perspective. Some of the basic and advanced principles to be covered in order to make marketing managers able to take better integrated marketing communications decisions. The course provides needed knowledge regarding theoretical and practical approaches to advertisement design, including, designing messages in a creative way.

7 - الاتصالات التسويقية المتكاملة المتقدمة

يقدم مساق الاتصالات التسويقية المتكاملة المتقدمة المعرفة اللازمة لتصميم الإعلانات من منظور الاتصالات التسويقية المتكاملة. يقدم مساق الاتصالات التسويقية المتكاملة المتقدمة العديد من المبادئ الأساسية والمتقدمة المتعلقة في مجال الاتصالات التسويقية المتكاملة. يقدم المساق المعرفة النظرية اللازمة فيما يتعلق بتصميم الإعلان ، بما في ذلك تصميم الرسائل بطريقة إبداعية.

8- Advanced customer relationship management

This course provides knowledge for developing a customer-focused company based on market research. The course focuses on using data to improve relationships with customers and to improve customer satisfaction level.

8- ادارة علاقات الزبائن المتقدمة

يقدم المساق المعرفة اللازمة لتطوير شركة تركز على العملاء بناء على بحوث التسويق. يركز المساق على استخدام البيانات لتحسين العلاقات مع العملاء وتحسين مستوى رضا العملاء.

10 - Advanced electronic marketing

This course provides an overview about employing Internet and other modern technologies within the marketing context. The course, also, discusses advanced concepts regarding using e-commerce for business-to-business and for business to consumer transactions, as well.

10 - التسويق الالكتروني المتقدم

يقدم مساق التسويق الالكتروني المتقدم نظرة عامة حول استخدام الإنترنت والتقنيات الحديثة الأخرى في سياق التسويق. يناقش المساق ايضا المفاهيم الاساسية والمتقدمة حول استخدام التجارة الإلكترونية للأعمال التجارية -التجارية وللزبائن.

6- Advanced marketing strategy

The course presents basic and advanced concepts in strategy development. The course provides overview about developing successful marketing plan based on understanding customers and marketing context. Identifying profitable and attractive market segments, adopting relevant marketing mix strategies to meet such segments are main concepts students should know about at this course.

6- استراتيجيات التسويق المتقدمة

يقدم المساق المفاهيم الأساسية والمتقدمة المرتبطة بتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة. يقدم المساق نظرة عامة حول تطوير خطط تسويقية ناجحة تعتمد على فهم العملاء والبيئة التسويقية. من المواضيع الهامة التي تقدم تناقش في المساق المواضيع المتعلقة بتحديد قطاعات السوق المرعبة والجاذبة و تطوير استراتيجيات مزيج تسويقي تتناسب مع هذه القطاعات السوقية.